

Milano, 02 maggio 2017

COMUNICATO STAMPA

Il 94% degli italiani possiede almeno uno smartphone e per il 63% è un bene irrinunciabile.

Tra i giovani la percentuale sale al 100%.

Acquistando uno smartphone, più di 8 italiani su 10 scelgono il pagamento dell'intero importo subito, ma rinunciano a qualcosa (44%): svago (1/3), capi di abbigliamento (1/4), seguono pasti fuori casa e viaggi.

Lo smartphone ha rottamato:

sveglie, macchine fotografiche, videocamere, calcolatrice (58%), navigatori e torce.

Anche l'orologio, quando si ha a portata di mano uno smartphone, non è più ritenuto indispensabile dal 45% degli italiani.

Secondo il 70% degli intervistati l'età giusta per comprare il primo cellulare al proprio figlio è quella compresa tra gli 11 e i 14 anni: la motivazione principale è il controllo dei figli, ma solo la metà risponde alle chiamate dei genitori.

I mercati dei beni durevoli:

in aumento la propensione all'acquisto dell'intero comparto del tempo libero; segno positivo anche per i settori di infissi/serramenti e casa/appartamenti.

In calo le percentuali nei segmenti di mobilità, elettrodomestici e prodotti informatici.

Gli indicatori di sentiment registrano una calo per la soddisfazione degli italiani per la propria condizione personale, mentre quella relativa alla situazione del Paese resta stabile.

Il 94% del campione di popolazione tra i 18 ed i 64 anni possiede almeno uno smartphone, la percentuale raggiunge il 100% tra i giovani dai 25 ai 29 anni. Dalla ricerca emerge che il 16% degli italiani ne possiede anche più di uno e sono soprattutto gli uomini ad utilizzare un maggior numero di cellulari, per motivi personali o di lavoro (23%).

Quando si acquista uno smartphone, più di 8 italiani su 10 scelgono il pagamento dell'intero importo in un'unica soluzione. La spesa media per lo smartphone si attesta intorno ai €321 e i 18-34enni arrivano a spendere €385, anche se spesso sono costretti a rinunciare a qualcosa (44%): soprattutto attività di svago (30%) e capi di abbigliamento (26%), seguono pasti fuori casa (14%) e viaggi (14%).

Gli over 55 ricorrono più degli altri all'acquisto a rate del telefono, sia in combinazione con un piano tariffario (16%), sia senza (12%) seppur spendano di media meno dei giovani (€279).

Il 54% degli intervistati aspetta che il proprio smartphone si rompa prima di acquistarne uno nuovo, mentre un altro 27% lo cambia dopo almeno due anni dall'acquisto.

I giovanissimi (18-24enni) cambiano il proprio smartphone più frequentemente rispetto al totale campione: il 35% ne acquista uno nuovo entro i due anni (contro il 15% del totale intervistati).

Sono sempre più numerosi i beni di uso quotidiano che fino a qualche anno fa erano un must e che ora sono stati sostituiti da smartphone sempre più multifunzione. Quasi 2 intervistati su 3 (65%) hanno ad esempio dichiarato di non usare più la tradizionale sveglia per alzarsi presto la mattina ma la suoneria del loro cellulare.

La qualità sempre maggiore delle fotocamere dei nuovi cellulari ha inoltre permesso di sostituire le macchine fotografiche (61%) e le videocamere (31%), anche la calcolatrice (58%), il navigatore (52%), l'orologio (45%) e la torcia (34%) non sono più indispensabili quando si ha a portata di mano uno smartphone.

Il 63% di coloro che possiede almeno uno smartphone fa uso di un PIN personale per tutelare la propria privacy, il 49% verifica sempre se c'è una rete wi-fi disponibile quando si reca in un posto nuovo e per il 63% lo smartphone è un bene irrinunciabile di cui non può più fare a meno. La quota arriva al 74% tra i giovani dai 18 ai 34 anni, i quali non perdono occasione per controllare lo smartphone anche quando sono fuori con amici o familiari per chattare, usare i social network o le app (51% contro il 40% del totale campione). Per i giovanissimi (18-24enni), inoltre, avere l'ultimo modello disponibile sul mercato è un modo per sentirsi ben visti dagli altri (30% contro il 18% del totale campione).

Rimane pressoché stabile, rispetto allo scorso anno, l'età giusta per comprare il primo cellulare al proprio figlio: per il 70% degli intervistati è quella compresa tra gli 11 e i 14 anni, ovvero il periodo tra l'inizio delle scuole medie e quello delle

superiori. Il 20% del campione crede sia giusto comprarlo dopo i 15 anni, mentre solo il 7% pensa sia opportuno regalare il primo cellulare entro il 10° compleanno.

Quando si tratta di acquistare il primo telefono la sicurezza è la motivazione prevalente: il 60% dei genitori compra infatti il telefono per permettere ai figli di chiamarli in caso di necessità o di pericolo. Seguono, più distanziati, la volontà di non farli sentire esclusi dai propri amici (perché tutti hanno il cellulare), pari al 44%, e il desiderio di controllo: il 42% crede infatti che così sia possibile controllarli meglio, eppure solo un genitore su due (47%) ha un figlio che risponde sempre alle sue telefonate.

Per quanto riguarda il sentiment, la soddisfazione degli italiani per la situazione del Paese è stabile, mentre quella per la propria condizione personale è in calo rispetto al mese scorso.

I MERCATI

I veicoli: diminuisce l'intenzione d'acquisto per l'intero comparto.

La propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 13,0% a 12,4% (-0,6%) e la spesa media che si intende sostenere è di 18.424 euro. In calo anche il segmento dei motocicli (da 6,6% a 6,1%) per un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 3.400 euro, a cui segue una flessione nel comparto delle auto usate (da 10,0% a 9,6%) con una spesa di 6.256 euro.

Casa e arredamento: trend positivo per casa/appartamenti, contrazione per gli altri segmenti del settore.

I dati del settore casa/appartamento registrano un segno positivo (da 6,0% a 6,3%). Diminuiscono invece le percentuali nei settori dei progetti di ristrutturazione (da 15,2% a 14,8%) e dei mobili (da 21,4% a 20,1%) con una previsione in termini di spesa che si attesta a 2.328 euro.

Informatica, telefonia e fotografia: calo dell'intenzione d'acquisto per l'intero comparto.

Il segmento della telefonia registra una diminuzione nelle intenzioni d'acquisto che passa dal 23,7% al 22,2%; seguono, sempre in calo, il settore della fotografia -1,1% (da 11,9% a 10,8%), quello di tablet/e-book -0,5% (da 13,3% a 12,8%) e nel segmento di PC ed accessori -2,3% (da 21,1% al 18,8%). La previsione in termini di spesa per i beni del settore va dai 300 euro per fotocamere e videocamere ai 500 euro per un PC.

Elettrodomestici: percentuali in flessione per tutto del settore.

Contrazione nell'intenzione di acquisto dei piccoli elettrodomestici (-1,7%) con un valore in termini di previsione di spesa di 190 euro. I grandi elettrodomestici diminuiscono di 1,3 punti percentuali (da 19,7% a 18,4%) con 829 euro; segue il comparto dell'elettronica di consumo -1,4% (da 21,2% a 19,8%) con 506 euro.

Efficienza energetica: il comparto registra un andamento altalenante. In crescita i segmenti di infissi/serramenti; in calo gli impianti fotovoltaici, le caldaie a risparmio energetico e impianti solare termico

Si registra una contrazione per gli impianti fotovoltaici -0,5% (da 5,6% a 5,1%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 6.360 euro. Segue, sempre in calo, il segmento delle caldaie a risparmio energetico -0,9% (da 8,9% a 8,0%) per 1.436 euro e quello degli impianti solari termici -0,2% (da 4,8% a 4,6% per 4.901 euro). In crescita, invece, il segmento di infissi/serramenti +0,5% (da 12,1% a 12,6% per 2.715 euro)

Tempo Libero: trend positivo per tutto il settore.

Gli intervistati si dimostrano propensi all'acquisto di attrezzature fai-da-te (+0,9%) che registrano una crescita che va dal 29,2% al 30,1%. Segno positivo anche per il settore di viaggi/vacanze che guadagna +0,4 punti percentuali (da 49,0% a 49,4%) e attrezzature/abbigliamento sportivi (+0,4%) dove si passa da un 24,5% ad un 24,9%.

AD HOC Communication Advisors: <i>Marina Beccantini</i> marina.beccantini@ahca.it 02 7606741	Findomestic <i>Claudio Bardazzi</i> c.bardazzi@findomestic.com 055 2701895
---	--

Il presente comunicato e i precedenti sono disponibili on-line:
www.adhocommunication.it www.info.findomestic.it